

عنوان مقاله:

بازاریابی ورزشی در عصر جدید

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مدیریت چالشها و راهکارها (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

ماریه عاشوری - کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی ، دانشگاه محقق اردبیلی

مهرداد محرم زاده - دانشیار دانشگاه ارومیه ، دانشگاه ارومیه

شمس غفاری - کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی ، دانشگاه محقق اردبیلی

سعیده ذبیحی - کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی ، دانشگاه محقق اردبیلی

خلاصه مقاله:

امروزه بازاریابان با چالشی سخت مواجه شده اند ، چگونه در محیط ابر رقابتی و بازارهای بسیار بخش بندی شده امروزی اقدام به نوآوری کنند. در این مطالعه که به روش کتابخانه ای و بازنگری کتب و مقالات در این زمینه طراحی شده است ، هند منا روشن نمودن مفهومی بازاریابی ، اهمیت ، ابعاد ، فرایندها ، آمیخته و جدیدتری فلسفه بازاریابی ، طراحی برنامه ها ، منابع درآمدهای ورزشی ، بازاریابی ورزشی زنان و نقش اینترنت در بازاریابی میباشد . هرکسی که درگیر ورزش است ، باید خودش را به عنوان بخشی از بازاریابی ورزشی ببیند و تلاش قابل توجهی در جهت ایجاد جاذبه ورزشی داشته باشد.

کلمات کلیدی:

بازاریابی ورزشی ، حامیان مالی ، مشتری ورزشکار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/260990>

